

GLASFASER-ÜBERBAU

EINFACH NUR WETTBEWERB ODER EINFACH NUR GEMEIN?

Auslaufmodell Satellit?

Ausgabe 115 • April 2023

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Entscheidung von M7, den Satelliten zukünftig nicht mehr für die Signalzuführung zu Kabelnetzen zu verwenden, entfacht erneut die Diskussion, ob der Satellit nicht doch ein Auslaufmodell in der TV-Versorgung ist – wenn nicht beim Direktempfang, so doch bei der Signalzuführung, bei der die Erdtrabanten immer häufiger durch IP ersetzt werden. IP oder nicht IP? Das ist die Frage, die sich wegen M7 jetzt einige Kabelnetzbetreiber stellen müssen.

Ohnehin tut sich derzeit einiges in deutschen Kabelnetzen. Das Urteil des Oberlandesgerichts München zu Weitersendungsrechten habe laut Breitbandverband ANGA für die ganze Branche eine „besondere Bedeutung“. Und der Trend zu Free Ad-supported Streaming Television (FAST) macht mit einer Premiere auch vorm Kabel nicht Halt.

FAST Channels bzw. die IP-Signalverbreitung werden durch den Glasfaserausbau ermöglicht. Das auch hier einiges im Argen liegt, haben sowohl die Fiberdays als auch der ANGA-Workshop zum Thema „Open Access und Überbau“ gezeigt. Auf dem Workshop fanden die Diskutanten ungewöhnlich deutliche Worte. Die Kritik an der Deutschen Telekom verhallte zudem nicht im Raum, denn dieses Mal feuerte auch ein Vertreter aus Bonn gegen die Konkurrenz.

Das Thema Überbau sowie die Insolvenzen von helloFiber und Glasfaser Direkt sorgen für Unruhe im Markt. Das bemerkt natürlich auch Soeren Wendler, der im Interview mit MediaLABcom seine Sorgen über den Glasfaserausbau äußert und versichert, dass sein Unternehmen, die Deutsche GigaNetz, den aktuellen Unwägbarkeiten trotzen kann.

Neuigkeiten vom Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation und Kurzmeldungen runden die Ausgabe ab. Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre.

Heinz-Peter Labonte, Herausgeber
Marc Hankmann, Redaktionsleiter
Dr. Jörn Krieger, Redakteur

Inhalt

„Die Deutsche GigaNetz ist grundsolide finanziert“ – Soeren Wendler über die aktuellen Herausforderungen im Glasfaserausbau

Überbau von Glasfasernetzen: einfach nur Wettbewerb oder einfach nur gemein?

Verbindung gekappt! Was das Aus der Sat-Signalzuführung von M7 für Kabelnetzbetreiber bedeutet

ANGA erwirkt Grundsatzurteil zu Weitersenderechten für Fernsehen und Hörfunk

wedo movies wird erster FAST Channel im DVB-C-Netz: wilhelm.tel, willy.tel, DNMG starten Pilotprojekt

Sky führt SD-Verbreitung fort

Neues vom FRK

Kurzmeldungen

Glasfaserausbau

Der Glasfaserausbau ist ein dynamischer Markt, auch deshalb, weil sich in den vergangenen Monaten die Rahmenbedingungen verändert, um nicht zu sagen verschärft haben. Wie kommen die Netzbetreiber damit zurecht? MediaLABcom sprach mit Soeren Wendler, Geschäftsführer und Gründungsmitglied der Deutsche GigaNetz GmbH. Im Interview erklärt er, wie sein Unternehmen vorgeht und welche Sorgen ihn umtreiben – auch mit Blick auf das Verhalten der Deutschen Telekom.

[Lesen Sie mehr](#)

Überbau von Glasfasernetzen: einfach nur Wettbewerb oder einfach nur gemein?

Marc Hankmann

Die Orte heißen Gablingen oder Bayenthal – nicht unbedingt der Nabel der Welt und dennoch entzünden sich hier die Geister, wenn es um den Glasfaserausbau geht. Denn während andernorts sehnsüchtig auf ein Unternehmen gewartet wird, dass die Haushalte mit Glasfaser versorgt, sind die genannten Orte Beispiele dafür, wo gleich zwei Unternehmen Glasfasernetze errichten. Angesichts steigender Kosten, geringer Baukapazitäten und mangelnder Fachkräfte stellt sich die Frage, was das soll.

[Lesen Sie mehr](#)

Verbindung gekappt! Was das Aus der Sat-Signalführung von M7 für Kabelnetzbetreiber bedeutet

Marc Hankmann

„Wir sind stolz, dass Deutschlands zweitgrößter Kabelnetzbetreiber bei den Vorleistungsprodukten weiterhin auf M7 setzt – und damit auf Programmviefalt, Zuverlässigkeit und Qualität“, sagte Marco Hellberg, Geschäftsführer des M7-Partners Eviso Germany, bei der Bekanntgabe der Kooperationsverlängerung mit der Tele Columbus AG. Das war im Oktober 2021. Jetzt stellt M7 die Sat-Signalführung für Kabelnetzbetreiber Ende 2023 ein. Ein Dilemma für die Netzbetreiber, aus dem M7 selbst als Verlierer hervorgehen könnte.

[Lesen Sie mehr](#)

ANGA erwirkt Grundsatzurteil zu Weitersenderechten für Fernsehen und Hörfunk

Dr. Jörn Krieger

In einem mehrjährigen Rechtsstreit über die Lizenzierung der Weitersenderechte für Fernseh- und Hörfunkprogramme hat der Breitbandverband ANGA ein grundlegendes Urteil gegen eine deutsche Verwertungsgesellschaft erwirkt. Auf eine Klage des Verbands hat das Oberlandesgericht München einen neuen Gesamtvertrag festgesetzt.

[Lesen Sie mehr](#)

wedo movies wird erster FAST Channel im DVB-C-Netz: wilhelm.tel, willy.tel, DNMG starten Pilotprojekt

Dr. Jörn Krieger

Der FAST-Channel- und AVoD-Anbieter Video Solutions AG, die Kabelnetzbetreiber wilhelm.tel und willy.tel sowie die Deutsche Netzmarketing (DNMG) haben ein Pilotprojekt zur Verbreitung des FAST Channels wedo movies in DVB-C-Netzen gestartet. Das Pilotprojekt soll als Blaupause für viele weitere FAST Channels dienen, die zukünftig in den DVB-C-Netzen der DNMG-Netzbetreiber ihren Platz finden könnten.

[Lesen Sie mehr](#)

Sky führt SD-Verbreitung fort

Dr. Jörn Krieger

Sky Deutschland plant vorerst keinen vollständigen Umstieg auf HD und wird einen Teil seiner Sender weiterhin in SD-Auflösung anbieten. Das bestätigte Sprecherin des Pay-TV-Veranstalters gegenüber MediaLABcom.

Über das Vodafone-Kabelnetz sind den Angaben zufolge diese Sender noch in SD verfügbar: Sky Cinema Premierien +24, Sky Cinema Fun, Sky Cinema Classics und Sky Cinema Family. Über Satellit werde es weiterhin folgende Drittsender in SD geben: Heimatkanal, Crime & Investigation, Curiosity Channel powered by Spiegel, Nicktoons, Nick Jr., Cartoon Network, Cartoonito (ex Boomerang) und Jukebox.

[Lesen Sie mehr](#)

Mehr Aussteller und mehr Besucher erwartet: der Breitbandkongress des FRK bleibt auf Wachstumskurs

Der Breitbandkongress des Fachverbands für Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) befindet sich weiterhin auf Wachstumskurs. In diesem Jahr erwartet der Verband im Leipziger H4 Hotel am 6. und 7. September 2023 wieder einmal mehr Besucher und mehr Aussteller als in den Jahren zuvor.

[Lesen Sie mehr](#)

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

M7 verlängert Partnerschaft mit NBC Universal

M7 hat seine langjährige Partnerschaft mit NBC Universal Global Networks Deutschland verlängert. Der neue, erweiterte Vertrag umfasst die langfristigen Verbreitungsrechte der HD-Pay-TV-Sender SYFY und 13th Street, die M7-Partner damit weiterhin ihren Kunden über ihre Kabelnetze und IPTV-Plattformen anbieten können. Neu dazu kommt Universal TV: Der Pay-TV-Kanal, der ebenfalls in HD-Bildqualität angeboten wird, zeigt hochwertige Spielfilme und Serien.

[Lesen Sie mehr](#)

„Die Deutsche GigaNetz ist grundsolide finanziert“ – Soeren Wendler über die aktuellen Herausforderungen im Glasfaserausbau

Marc Hankmann

Der Glasfaserausbau ist ein dynamischer Markt, auch deshalb, weil sich in den vergangenen Monaten die Rahmenbedingungen verändert, um nicht zu sagen verschärft haben. Wie kommen die Netzbetreiber damit zurecht? MediaLABcom sprach mit Soeren Wendler, Geschäftsführer und Gründungsmitglied der Deutsche GigaNetz GmbH. Im Interview erklärt er, wie sein Unternehmen vorgeht und welche Sorgen ihn umtreiben – auch mit Blick auf das Verhalten der Deutschen Telekom.

MediaLABcom: Herr Wendler, die Deutsche GigaNetz ist seit Dezember 2020 aktiv. Mit welchem Ziel sind Sie an den Start gegangen?

Soeren Wendler: Maßgebliche Motivation war, dass Deutschland dringend den nächsten Schritt gehen muss und wir uns als Industrienation nicht mit hinteren Plätzen der OECD-Länder begnügen dürfen. Mit unserem Greenfield-Ansatz haben wir die Errichtung von Glasfasernetzen völlig neu gedacht und werden so einen ganz entscheidenden Beitrag dafür leisten, dass deutschlandweit Glasfaserinternet für 100 Prozent digitale Teilhabe realisiert wird.

MediaLABcom: Klären Sie uns bitte über den aktuellen Stand auf: Für wie viele Haushalte bauen Sie derzeit FTTH-Netze, wie sehen die Zahlen für Homes connected, Homes passed und Homes activated aus?

Soeren Wendler: Bereits über 170 Kommunen haben sich für die Deutsche GigaNetz als Kooperationspartner entschieden. Allein dadurch haben wir die Möglichkeit, über 1,2 Millionen Wohn- und Gewerbeeinheiten ans Netz der nächsten Generation anzuschließen. Der Zulauf ist enorm, da man inzwischen weiß, dass wir unseren Zusagen auch Taten folgen lassen.

MediaLABcom: Sie sprachen den Greenfield-Ansatz bereits an. Was kann man sich konkret darunter vorstellen?

Soeren Wendler: Die Gründung der Deutschen GigaNetz als Greenfield (grüne Wiese) erlaubte uns ohne jegliche Restriktionen und Altlasten alle Prozesse, Applikationen, Aufbau- und Ablauforganisation, Hardware, Verlegeverfahren, höchste Kundenzentriertheit und vieles andere mehr konsequent nach Best-in-Class ab Tag 1 umzusetzen.

Der absolute Fokus auf FTTH erlaubt uns wie ein Leistungssportler herausragende Skalierung, optimale Abläufe sowie ein überragendes Qualitätsversprechen von Beginn an. In Bezug auf Baumenge, Baugeschwindigkeit und Bauqualität setzen wir so bereits heute Maßstäbe.

MediaLABcom: Welche Kooperationsmöglichkeiten gibt es zwischen der Deutschen GigaNetz und den Kommunen, was Netzbau, -besitz und -betrieb angeht?

Soeren Wendler: Wir sind Partner der Kommunen, gemeinsam mit ihnen erarbeiten wir einen Plan für möglichst 100 Prozent Glasfaser, denn für die Kommunen ist das Thema der vollständigen digitalen Teilhabemöglichkeit aller Bürgerinnen und Bürger relevant. Wir erkennen dabei auch gegebenenfalls bereits vorhandene Infrastrukturen an, die die Kommunen zum Beispiel in Vorbereitung für einen künftigen Glasfaserausbau hergestellt haben. Das können beispielsweise Leerrohre, vorhandene Vernetzungen zwischen Ortsteilen oder Flächen für die aktive Technik sein. Auch der Einbezug der Förderkulisse, in der Regel für Adresspunkte in Randlagen, wird durch uns unterstützt und bedient.

Dieser ganzheitliche und kooperative Ansatz unterscheidet uns vom Markt.

MediaLABcom: Sie wollen Ihre Glasfasernetze auch im Open Access anbieten. Gibt es hierzu bereits Vereinbarungen mit Telekommunikationsunternehmen?

Soeren Wendler: Mit Glasfaser entsteht eine weitere Infrastruktur, die für viele Jahrzehnte eine Versorgung der Bürgerinnen und Bürger sicherstellt. Als langfristig orientierter Qualitätsanbieter steht die Deutsche GigaNetz für einen kooperativen Ansatz und damit auch für Open Access, um den Zugang anderen Anbietern zu ermöglichen und gleichzeitig die Auslastung dieses hochmodernen Netzes zu erhöhen.

Da die Anzahl an gebauten Hausanschlüssen rasant zunimmt, werden unsere Netze für immer mehr Anbieter attraktiv. Deshalb kooperieren wir schon heute mit anderen Telekommunikationsunternehmen. Bereits im Verlauf dieses Jahres werden wir entsprechende Partnerschaften eingehen und rechtzeitig kommunizieren.

MediaLABcom: Die Deutsche GigaNetz ist in der Region Heilbronn-Franken aktiv, in der auch Ihr Wettbewerber BBV Deutschland unterwegs ist. Die BBV verlangt in der Nachfragebündelung eine Abschlussquote von 20 Prozent, die Deutsche GigaNetz baut ab 35 Prozent. Ist das ein Wettbewerbsnachteil?

Soeren Wendler: Nein, so sehen wir das nicht – ganz im Gegenteil. Es gibt verschiedene Wege für den Glasfaserausbau in Kommunen. Wir setzen auf breite Information und eine Nachfragebündelung mit zuvor festgelegter Zielstellung. Denn: Was nutzt ein Netz, welches kaum einer kennt und das keine ausreichende Akzeptanz innerhalb der Bevölkerung hat? Oder ein Netz, bei dem der Unterschied zur derzeitigen Technologie vielen gar nicht klar ist?

Mit unserer Nachfragebündelung erfolgt gleichzeitig die Aufklärung und Beratung der Bürgerinnen und Bürger, um möglichst alle für das Netz der Zukunft zu begeistern. Gemeinsam mit der Kommune wird über die Infrastruktur, die Vorteile und die Großinvestition dahinter informiert. Diese Partizipation zahlt sich zudem unmittelbar aus, sobald die Bau- und Umsetzungsphase einsetzt und die neuen Möglichkeiten auch direkt ankommen.

Für viele Kommunen ist es das größte Infrastrukturvorhaben in der eigenen Geschichte. Die Bevölkerung sollte daher genau wissen und dahinterstehen, was die temporär aufkommenden Einschränkungen für Vorteile mit sich bringen. Durch dieses Vorgehen konnten wir bisher in allen Kommunen der Gigabitregion, die die Vorvermarktung abgeschlossen haben, diese Quote erreichen.

MediaLABcom: Streben Sie eine Open-Access-Vereinbarung mit der BBV an oder überbauen Sie sich in der Region Heilbronn-Franken?

Soeren Wendler: Überbau mit einem zweiten Glasfasernetz stellt für uns keine erstrebenswerte Option dar und ist gesamtgesellschaftlich auch nicht zu rechtfertigen. Wir stehen Gesprächen mit der BBV daher genauso offen gegenüber wie Gesprächen mit allen anderen Telekommunikationsunternehmen.

Die Ausbaugebiete der BBV wie auch der Deutschen GigaNetz haben aktuell keine Überlappung. Alle Aktivitäten finden in verschiedenen Regionen statt. Glasfaserausbauenden Unternehmen stehen wir zudem stets kooperativ und wertschätzend gegenüber.

MediaLABcom: Sie bevorzugen den eigenwirtschaftlichen Ausbau, ergänzt durch Fördermöglichkeiten. Wie hoch sind die Summen für Ihre eigenen Investitionen und die genutzten Fördermittel?

Soeren Wendler: Wir sehen im eigenwirtschaftlichen Ausbau den Treiber der flächendeckenden Glasfaserversorgung. Unsere Erfolgsformel: Rund 90 Prozent eigenwirtschaftlicher Ausbau verzahnt mit der Nutzung bereits gebauter kommunaler Infrastruktur plus Schließung letzter Versorgungslücken mittels ergänzender Förderprojekte für 100 Prozent Zukunftsfähigkeit in jeder Kommune.

Wir als Deutsche GigaNetz planen Investitionen in Höhe von bis zu drei Milliarden Euro für FTTH-Lösungen, sprich: für Glasfaseranschlüsse bis in die eigenen vier Wände. Die aktuell vorgeschlagenen, neuen Förderrichtlinien – im Speziellen für die Randlagen der Kommunen – sehen wir aktuell jedoch mit Sorge, da die zeitliche Abfolge verzögert wird und sich die Komplexität zunehmend erhöht.

MediaLABcom: Inwiefern beeinflusst der Stopp der Graue-Fleckenförderung aus dem Oktober 2022 Ihre Aktivitäten im Glasfaserausbau?

Soeren Wendler: Im ersten Step beeinflusst dieser Stopp zunächst unser Handeln nur wenig, da unser Fokus ganz klar auf dem eigenwirtschaftlichen Ausbau liegt. Bei Adresspunkten, die sich wirtschaftlich nicht rechnen, greifen wir jedoch auf Förderungen oder Mitnutzung zurück. Der Förderstopp könnte den Ausbau von Randlagen und dünner besiedelten Teilen durchaus verzögern. Gemeinsam mit den Breitbandkoordinatoren wie auch dem Gigabit-Kompetenzzentrum Heilbronn-Franken bemühen wir uns aktuell intensiv, die negativen Auswirkungen zu minimieren.

MediaLABcom: Zu Ihren Investoren gehören neben dem Hauptanteilseigner InfraRed Capitals

auch die DWS und die KfW IPEX-Bank. Welche Summen investieren diese über welche Zeiträume in die Deutsche GigaNetz?

Soeren Wendler: Hauptinvestoren der Deutschen GigaNetz GmbH sind Fonds, verwaltet von der DWS Group, einem der weltweit führenden Vermögensverwalter, der sich mehrheitlich im Besitz der Deutschen Bank AG befindet, und von InfraRed Capital Partners (IRCP), einem internationalen Infrastruktur-Investmentmanager. IRCP verfügt über mehr als 20 Jahren Expertise im Aufbau von Infrastrukturprojekten.

Zusätzlich hat die Deutsche GigaNetz mit einem großen Bankenkonsortium eine erhebliche Fremdkapitalfinanzierung abgeschlossen. Teil dieses Konsortiums von neun Banken sind unter anderem ABN Amro Bank, ING-DiBa AG, KfW, Landesbank Baden-Württemberg (LBBW) und Norddeutsche Landes Bank (Nord/LB). Die Deutsche GigaNetz ist sodann grundsollide finanziert, um die eigenen, anspruchsvollen Ambitionen umzusetzen.

MediaLABcom: Die Rahmenbedingungen für den Glasfaserausbau haben sich im vergangenen Jahr stark geändert bzw. weiter zugespitzt: Fachkräfte und Tiefbaukapazitäten sind rar. Hinzu kommt die gestiegene Inflation. Wie beeinträchtigt das die Aktivitäten der Deutschen GigaNetz?

Soeren Wendler: Das stimmt, die Rahmenbedingungen im Markt unterliegen aktuell starken Veränderungen und haben sich in vielen Punkten verschlechtert. Zweifelsohne müssen auch wir durch in Teilen erheblich gestiegene Baukosten die Planungen wie den Ausbau optimieren und auch die langfristige Preisgestaltung überprüfen. Möglichkeiten stellen dabei bessere und kostenoptimierte Bauverfahren, einfachere Genehmigungen und Prozesse dar.

Die Marktlage bestärkt außerdem unseren Grundsatz, dass Überbau mit einem zweiten Glasfasernetz in einem Ausbaubereich gesamtgesellschaftlich und wirtschaftlich nicht zu rechtfertigen ist. Denn damit vergeuden wir die ohnehin begrenzten Baukapazitäten in Deutschland. Die Bestrebungen der Telekom beim strategischen Teil-Aus- und Überbau mit dem Ziel der negativen Beeinflussung der Wirtschaftlichkeit ganzer Cluster sehen wir daher mit Sorge.

MediaLABcom: Wie groß ist aufgrund dieser Kostentreiber der Druck auf Ihre Endkundenpreise?

Soeren Wendler: Der Markt steht aktuell unter Druck. Erste Mitbewerber haben in den vergangenen Monaten deshalb ihre Preise für Endkunden bereits anpassen müssen. Aufgrund guter Planungen mussten wir diesen Schritt bisher nicht gehen, behalten den Markt aber natürlich im Blick – und passen nach Prüfung neuer Situationen unser Angebot gegebenenfalls auch an.

MediaLABcom: Auf dem Breitbandkongress des Fachverbands für Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) im September 2022 sagten Sie, die Deutsche GigaNetz wolle das „Amazon für Glasfaser werden“ und dass Sie als Investor in die Netzebene 4 gingen. Wird sich die Deutsche GigaNetz in diesem Jahr auch durch Zukäufe vergrößern?

Soeren Wendler: Unser Fokus ist der eigene Ausbau. Durch unseren Greenfield- Ansatz streben wir beste Prozesse mit maximaler Skalierung an. Dennoch beobachten wir die Marktaktivitäten sehr genau und schauen uns an, ob in Einzelfällen die Übernahme einer bestehenden, passiven Infrastruktur Sinn ergeben kann.

Die Bildung großer Cluster ist für uns erstrebenswert, da sich viele technische wie kaufmännische Synergien schaffen lassen. Ich gehe durch die sich verschärfende Marktlage in der Tat davon aus, dass die Konsolidierung vor allem bei kleineren Anbietern voranschreiten wird. Darauf sind wir gut vorbereitet.

MediaLABcom: Mit Liberty-Global-Tochter helloFiber hat der erste Glasfaseranbieter in Deutschland die Segel gestrichen. Ist die Zeit für eine Konsolidierung angebrochen? Wird es Ihrer Meinung nach demnächst noch weitere Netzbetreiber geben, die bankrottgehen oder ihr Geschäft verkaufen werden?

Soeren Wendler: Zunächst ist es schade, dass sich ein Akteur wie Liberty nach so kurzer Zeit wieder aus dem Markt verabschiedet. Schade, weil Deutschland eben dieses private Kapital für den Ausbau in ganz Deutschland dringend braucht. Offenbar war die Planungssicherheit wie auch der Zeitpunkt des Eintritts ungünstig. Deutschland braucht in den nächsten Jahren aber die Breite und Agilität an ausbauenden Unternehmen, um den eklatanten FTTH-Rückstand zügig aufzuholen.

Aber ja – auf lange Sicht gesehen, geht der Markt durchaus von einer Konsolidierung aus, gegebenenfalls wie wir es aus dem Kabelmarkt kennen. In der aktuellen Situation ist es für Unternehmen in unserer Branche daher wichtig, starke Partner mit langfristigem Fokus auf der Investorensseite zu haben. Dies ist bei uns der Fall.

MediaLABcom: Vielen Dank für das Gespräch.

Die Orte heißen Gablingen oder Bayenthal – nicht unbedingt der Nabel der Welt und dennoch entzündeten sich hier die Geister, wenn es um den Glasfaserausbau geht. Denn während andernorts sehnsüchtig auf ein Unternehmen gewartet wird, dass die Haushalte mit Glasfaser versorgt, sind die genannten Orte Beispiele dafür, wo gleich zwei Unternehmen Glasfasernetze errichten. Angesichts steigender Kosten, geringer Baukapazitäten und mangelnder Fachkräfte stellt sich die Frage, was das soll.

In Köln-Bayenthal hat NetCologne laut Geschäftsführer Timo von Lepel 80 Prozent der Haushalte mit FTTB angeschlossen. Parallel dazu baut die Deutsche Telekom ein FTTH-Netz. „Meldungen zum Überbau häufen sich in letzter Zeit“, sagte Andrea Huber, Geschäftsführerin des Breitbandverbands ANGA, der Anfang März 2023 zur Veranstaltung „Zukunft des Glasfaserausbau – Open Access vs. Doppelausbau“ nach Berlin einlud. Laut Huber erhalte der Verband regelmäßig Anfragen zum Thema Überbau, insbesondere von kleinen Netzbetreibern mit regionalen Netzen. Das sei für diese Unternehmen „höchst bedrohlich“.

FTTB vs. FTTH

Rund ein Viertel der deutschen Haushalte verfügen über einen Glasfaseranschluss. Dass die Telekom in Bayenthal sein Netz überbaut, bringt NetCologne-Chef von Lepel auf die Palme. „In Lövenich haben wir nicht ausgebaut“, sagte von Lepel auf der ANGA-Veranstaltung. „Würde die Telekom dort ausbauen, würden wir unsere Kunden aktiv auf ihr Netz migrieren.“ Stattdessen überbaut die Telekom in Bayenthal. „Wenn wir bundesweit bei 90 Prozent Glasfaseranschlüssen sind, können wir über Überbau sprechen“, wettete von Lepel.

Bei Klaus Müller, Leiter Glasfaser der Telekom Deutschland, stößt von Lepels Kritik auf Unverständnis. „Wir verfolgen in Bayenthal eine andere Strategie und bauen FTTH“, sagte Müller in Berlin. „Und wir bauen FTTH dort, wo es sich lohnt.“ Das scheint in Bayenthal der Fall zu sein. Zwar hat die Telekom mit NetCologne Verträge über Open Access abgeschlossen, aber die versteht Müller auf freiwilliger Basis. „Sie dürfen nicht zu einem Investitionsstopp führen“, erklärte der Telekom-Manager.

„Überbau soll einschüchtern“

In Gablingen hat die Deutsche Glasfaser zusammen mit M-net 40 Prozent der Haushalte an ihr FTTH-Netz angeschlossen. Kurz nachdem beide gestartet waren, ließ auch die Telekom Bagger anrollen, obwohl sie Gablingen eigentlich erst 2025 ausbauen wollte. „Ich glaube, der Überbau soll einschüchtern, damit kein anderer ausbaut“, vermutete Ruben Queimano, Chief Commercial Officer der Deutschen Glasfaser auf der ANGA-Veranstaltung.

Müller tat das als Unsinn ab und wies darauf hin, dass die Deutsche Glasfaser zuvor die Kooperationsbestrebungen der Gablinger Bürgermeisterin für einen gemeinsamen Ausbau mit der Telekom ausgeschlagen hatte. „Die anderen 60 Prozent der Haushalte sind immer noch bei uns“, begründete Müller den eigenen Glasfaserausbau in Gablingen.

Aus Sicht der Bürger ergibt sich ein anderes Bild: Wahrscheinlich wird das gleiche Tiefbauunternehmen, das erst die Straßen und Gehwege für M-net aufgerissen und wieder zugeschüttet hatte, erneut Spitzhacke und Schaufel herausholen, um das Prozedere noch einmal durchzuführen. Für den Tiefbauer klingeln die Kassen, die Gablinger hingegen kratzen sich verwundert am Kopf.

Trotz Open-Access-Angebot überbaut

Sind Bayenthal und Gablingen Einzelfälle? Wohl eher nicht. „In 30 Prozent der Postleitzahlengebiete findet Überbau statt“, sagte von Lepel. Auch Michael Jungwirth, Mitglied der Geschäftsführung von Vodafone Deutschland, sprach von einem Fall in einem Landkreis, in dem die Düsseldorf der Telekom Open Access angeboten haben. „Aber wir werden trotzdem überbaut“, erklärte Jungwirth.

Das liege laut Müller daran, dass es für Open Access nicht ausreichte, nur das Netz anzubieten. „Dazu gehören auch ein Service und ein Preis“, sagte Müller in Berlin. Mit beidem war die Telekom entweder nicht zufrieden oder sie wurden von Vodafone erst gar nicht genauer definiert.

Grenze zum wettbewerbswidrigen Verhalten

Hier wird das Problem offensichtlich: „Es gibt verschiedene Ansichten, was Open Access sein soll“, sagte Wilhelm Eschweiler, Vizepräsident der Bundesnetzagentur (BNetzA) in Berlin. Im bei der BNetzA angesiedelten Gigabit-Forum wird über Standards und Schnittstellen für Open Access diskutiert. „Die Lösung kann nur darin liegen, dass sich die Branche weitgehend auf Open Access einigt“, forderte Getrud Husch, Leiterin der Abteilung Digitale Konnektivität im Bundesministerium für Digitales und Verkehr (BMDV).

Husch räumte jedoch auch ein, dass Deutschland und die EU den Infrastrukturwettbewerb wollen. „Unternehmen werden ihre Gründe haben, wenn sie einen Doppelausbau betreiben“, sagte Husch in Berlin. „Das darf aber nicht so weit gehen, dass eine marktbeherrschende Stellung ausgenutzt wird.“

Doch es ist alles andere als einfach, die Grenze zu einem wettbewerbswidrigen Verhalten zu ziehen. Ob es sich beim Überbau um Wettbewerb oder Ausnutzen von Marktmacht handelt, will der Bundesverband Breitbandkommunikation (BREKO) analysieren. Das BMDV veranstaltet im April 2023 gemeinsam mit

dem Wissenschaftlichen Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste (WIK) einen Workshop zu diesem Thema.

„Hochgradig alarmierend“

Doch allein mit der Feststellung eines wettbewerbswidrigen Verhaltens, ist dem betroffenen Netzbetreiber noch nicht geholfen. Für diese Feststellung muss der Einzelfall betrachtet und geklagt werden, um das Verhalten abzustellen. Das dauert seine Zeit – Zeit, die bei der derzeit hohen Marktdynamik niemand hat. Muss also die Politik eingreifen?

Wenn es nach dem FDP-Politiker Maximilian Funke-Kaiser ginge, müsse der Gesetzgeber nur dann eingreifen, wenn eine wettbewerbswidrige Strategie erkennbar sei. Als Optimist glaubt Funke-Kaiser aber nicht, dass hinter dem Vorgehen der Telekom die Strategie stecke, den Wettbewerb zu torpedieren.

Das sieht sein Kollege Maik Außendorf von den Grünen ganz anders. Er stammt aus dem Rhein-Sieg-Kreis, in dem die Telekom mit Fördergeldern Glasfaser verlegt. Das Ausbauziel hatte sie mit dem Verweis auf fehlende Tiefbaukapazitäten verfehlt. „Wenn dann aber 10 Kilometer weiter westlich ausgebaut wird, ist das hochgradig alarmierend“, sagte Außendorf mit Blick auf Köln-Bayenthal.

„Überzogene Renditevorstellungen“

Auch der CSU-Politiker Hansjörg Durz ist der Meinung, dass das Thema Überbau „zwingend aufgegriffen“ werden müsse. Dazu benötigt man aber zunächst eine entsprechende Datenlage. „Dann müssen wir uns das Wettbewerbsrecht und auch das Telekommunikationsgesetz anschauen“, sagte Durz in Berlin. Aber auch ihm ist klar: Das wird dauern. Währenddessen befürchtet NetCologne-Chef von Lepel, dass der Infrastrukturwettbewerb in Schiefelage geraten könne.

Dem Vorwurf, die Telekom verfolge die Strategie, durch den Überbau den Glasfaserausbau der Konkurrenz auszuhebeln, steht die Behauptung entgegen, die Netzbetreiber wollten die Telekom auf ihre Netze drängen, um deren Auslastung zu erhöhen und über die Einnahmen ihre Schulden abzubauen. „Mit Unternehmen, die überzogene Renditevorstellungen haben, ist es schwer zu kooperieren“, sagte Müller auf der ANGA-Veranstaltung.

Verbindung gekappt! Was das Aus der Sat-Signalzuführung von M7 für Kabelnetzbetreiber bedeutet

Marc Hankmann

„Wir sind stolz, dass Deutschlands zweitgrößter Kabelnetzbetreiber bei den Vorleistungsprodukten weiterhin auf M7 setzt – und damit auf Programmvielfalt, Zuverlässigkeit und Qualität“, sagte Marco Hellberg, Geschäftsführer des M7-Partners Eviso Germany, bei der Bekanntgabe der Kooperationsverlängerung mit der Tele Columbus AG. Das war im Oktober 2021. Jetzt stellt M7 die Sat-Signalzuführung für Kabelnetzbetreiber Ende 2023 ein. Ein Dilemma für die Netzbetreiber, aus dem M7 selbst als Verlierer hervorgehen könnte.

Kosten, Grenzen und Risiken

Im Februar 2023 schrieb M7 die Kabelnetzbetreiber an, die von den rund 160 Kunden von der Abschaltung der Sat-Signalzuführung betroffen sind. Als Gründe gibt das Unternehmen steigende Kosten, technische Begrenzungen und Ausfallrisiken an. Die Verträge mit Eutelsat sind indexiert und orientieren sich an der Inflationsrate, was erklären könnte, weshalb es insbesondere im vergangenen Jahr zu steigenden Kosten gekommen ist. „Jede Aufschaltung von Sendern zieht zudem sehr hohe Kosten nach sich, was uns darin einschränkt, unsere Services und Produkte zu erweitern“, erklärt Hellberg gegenüber MediaLABcom. Letztendlich ist eben auch die Transponderkapazität limitiert.

Darüber hinaus betreibt M7 auch IT-Systeme, mit denen Netzbetreiber die Provisionierung der Endkunden vornehmen, sowie ein Logistikzentrum, das Smartcards und CI-Module vorhält. „Diesen Aufwand erspart sich ein Netzbetreiber, der andernfalls alle diese Systeme eigenständig aufbauen müsste“, sagt Hellberg. „Leider sind in all diesen Bereichen die Kosten in den vergangenen drei Jahren massiv gestiegen.“

Auf- und Abschaltung

Hinzu kommt, dass der Satellit nicht wie eine Signalzuführung via IP redundant ist. „Bei Kriegsbeginn in der Ukraine sind bekanntermaßen diverse Satelliten aktiv gestört worden. Auch liest man vermehrt von Hackerangriffen“, sagt Hellberg. Als Folge hätten immer mehr Kunden den Wunsch geäußert, auf eine leitungsgebundene Anlieferung zu setzen. „Das hat natürlich dazu geführt, dass immer weniger Kunden den Satelliten als primäre Quelle nutzen und daher zusätzlich, neben den Kostensteigerungen, dessen Wirtschaftlichkeit in Frage gestellt haben“, ergänzt Hellberg.

Dass M7 die Einstellung der Sat-Signalzuführung nur wenige Tage nach der Aufschaltung des russischsprachigen Programms Current Time TV auf Eutelsat E9B bekanntgab, lässt indes aufforchen. Warum erweitert man eine Sat-Plattform, die auf den Weg in die Mottenkiste ist? Hat man bei M7 verschlafen, die Kunden frühzeitig von Sat auf IP zu migrieren? Schließlich existiert M7 Livestream, so der Name, unter dem das Unternehmen die IP-Signalzuführung über ein zentrales Headend am

Glasfaserknotenpunkt Equinix in Frankfurt am Main vermarktet, schon seit 2018.

„Wir benötigen verbindliche Zusagen“

Im Anschreiben an die betroffenen Kabelnetzbetreiber bietet M7 die Umstellung auf Livestream an. Dafür müssen aber technische Abstimmungen sowie vertragliche Anpassungen vorgenommen werden. Deshalb wurden die Netzbetreiber in dem Schreiben aufgefordert, ein Bestätigungsformular für die Umstellung zu unterschreiben und bis Anfang März 2023 zurückzuschicken.

„Wir müssen die Umstellung der restlichen Netzbetreiber in diesem Jahr planen und durchführen, weswegen wir eine verbindliche Zusage benötigen“, erklärt Hellberg, als sei die Abschaltung per Gesetz erlassen worden, dem er sich fügen muss. „Der Kunde kann dabei den bevorzugten Monat für die Umstellung wählen, so dass es in seine technische Roadmap passt.“

Kosten-Nutzen-Rechnung

Laut Hellberg haben sich die meisten Kunden inzwischen zurückgemeldet. Mit den restlichen stehe man in Kontakt, um die Umstellung sicherzustellen. Dabei wird es sicher auch um die konkreten technischen Abstimmungen gehen, die vorgenommen werden müssen – und um die Frage, welche Kosten auf die Kabelnetzbetreiber zukommen.

Denn letztendlich ist es für die betroffenen Kabelnetzbetreiber eine reine Kosten-Nutzen-Rechnung. Laut MediaLABcom-Recherche kann der Umstieg auf eine IP-Zuführung pro Monat bis zu 2.000 Euro kosten. Die Einrichtungsgebühr liegt zwischen 10.000 und 12.000 Euro, da eine redundante Anbindung vorgenommen werden muss. Obendrauf kommt die Grundgebühr, die M7 für die Zuführung verlangt.

Alternativen für Kabelnetzbetreiber

Doch welche Alternativen haben Kabelnetzbetreiber? Natürlich existieren weitere Dienstleister wie etwa Ocilion, Zattoo oder purtel.com, die ebenfalls eine IP-Signalführung anbieten. Aber auch der Wechsel zu einem dieser Anbieter ist mit Kosten verbunden. M7 verschlüsselt die Programme mit Conax, Nagravision und Videoguard. Nutzt der alternative Anbieter ein anderes Verschlüsselungssystem, entstehen auch hier Kosten – ganz zu schweigen von der Umstellung der Kunden. Die Handling-Kosten pro Kunde dürften zwischen 100 und 200 Euro liegen.

Eine andere Option ist die Sat-Zuführung über den Eutelsat-Konkurrenten SES und dessen Astra-Flotte auf 19,2 Grad Ost. Da hierüber die Programme der HD+-Plattform verbreitet werden, wäre die Versorgung der Kabelkunden mit den HD-Programmen der großen deutschen Privatsender gesichert. Der eine oder andere Netzbetreiber müsste allerdings in der Signalführung auf Sat-ZF umstellen. Die Technik hat nur sehr wenig mit der Bereitstellung eines DVB-C-Signals zu tun.

DVB-C, IP und Sat-ZF

M7 will auch weiterhin ein „DVB-C-optimiertes Signal“ zur Verfügung stellen, denn auch wenn sich die Welt in Richtung IP bewegt, so bringt der DVB-Standard weiterhin einige Vorteile mit sich. An die Signalstabilität eines DVB-C-Signals kommt auch IP nicht heran, weshalb für die IP-Zuführung auch eine redundante Verbindungen notwendig sind.

Die langen Umschaltzeiten des IP-Signals beim Zappen beeinträchtigen zudem das TV-Vergnügen. Dagegen erhält der Netzbetreiber über die IP-Verbreitung Daten über die TV-Nutzung und -Nutzer, die er monetarisieren kann, etwa um lokale Werbung auszuspielen.

Klar ist: Wer auf Astra 19,2 Grad Ost wechselt, muss entweder auf Sat-ZF umsteigen oder das Sat-ZF- in ein DVB-C-Signal umwandeln. Für Kabelnetzbetreiber, die bereits mittels Astra 19,2 Grad Ost Signale in ihre Netze einspeisen, dürfte das kein größeres Problem sein.

Pay-TV- und Fremdsprachenprogramme

Allerdings müssen sie sich noch überlegen, woher sie ab Anfang 2024 die Pay-TV- und vor allem die Fremdsprachenprogramme beziehen, die M7 im Portfolio hat. Von den 130 TV-Sendern auf der M7-Plattform sind 40 Programme dem Pay-TV- und 60 weitere dem internationalen Senderbouquet zuzurechnen.

Nicht jeder Kabelnetzbetreiber wird dafür die entsprechende Manpower besitzen, um sich ein Portfolio aus unterschiedlichen Signaldienstleistern zusammenzustellen. Auch deshalb war M7 für viele, gerade kleinere Netzbetreiber, ein interessanter Partner, um eine breite TV-Auswahl aus einer Hand zu beziehen.

Was macht Tele Columbus?

Das gilt auch für die eingangs erwähnte Tele Columbus, die das TV-Angebot von M7 nutzt. Derzeit verhandeln beide Parteien, weshalb es vom Berliner Kabelnetzbetreiber keine offizielle Stellungnahme gibt. Man kann aber davon ausgehen, dass vier M7-Transponder auf Eutelsat E9B weiterhin genutzt werden, denn die werden von Tele Columbus betrieben.

Die Berliner setzen vermehrt auf Glasfaser, bauen eigene FTTB/H-Netze oder erhöhen im Kabelnetz den Glasfaseranteil. Für die Signalzuführung via IP wurde ein zentrales Headend errichtet. Während das HD+-Paket noch via Satellit ins Kabelnetz der Tele Columbus eingespeist wird, läuft dies für die Pay-TV-Sender bereits via IP.

Dennoch muss auch Tele Columbus den Rechenschieber hervorholen, denn immer noch existieren zahlreiche dezentrale Kopfstellen, die aufgrund der Entscheidung von M7 umgerüstet werden müssten. Ob sich das bei den ohnehin geringen Margen im TV-Geschäft lohnt, wird derzeit in Berlin geprüft. Gut möglich, dass es in einigen abgelegenen Teilnetzen in naher Zukunft kein Pay-TV-Angebot mehr geben wird.

Der erste Verlierer steht bereits fest

Schätzungsweise sind rund 60 Kunden der M7 von der Einstellung der Sat-Signalzuführung betroffen. Die könnten nach einem anderen Dienstleister Ausschau halten. „Ich denke jedoch, dass wir mit unserem Gesamtangebot das beste Paket aus Dienstleistungen und Produkten zur Verfügung stellen, denn bei uns bekommt der Kunde alles unter einem Dach“, gibt sich Hellberg zuversichtlich.

Wenn jedoch viele der betroffenen Kabelnetzbetreiber M7 den Rücken kehren, verliert der Dienstleister im deutschen Markt erheblich an Bedeutung. Mit der Aufforderung, eine verbindliche Bestätigung für die Umstellung auf IP abzugeben, dürfte M7 dem einen oder anderen Kunden vor den Kopf gestoßen haben. Die Entwicklung und die darauffolgende Reaktion des Mutterkonzerns Vivendi bleiben abzuwarten.

Der erste Verlierer steht indes schon fest: Eutelsat. M7 nutzt bis Ende 2023 auf der Position 9 Grad Ost neun Transponder. Die Argumentation des Dienstleisters mit steigenden Kosten, technischen Begrenzungen und Ausfallrisiken ist nicht von der Hand zu weisen. Eutelsat muss die freiwerdenden Kapazitäten wieder vermieten. Zur Anfrage von MediaLABcom wollte sich der französische Satellitenbetreiber jedenfalls nicht äußern.

ANGA erwirkt Grundsatzurteil zu Weitersenderechten für Fernsehen und Hörfunk

Dr. Jörn Krieger

In einem mehrjährigen Rechtsstreit über die Lizenzierung der Weitersenderechte für Fernseh- und Hörfunkprogramme hat der Breitbandverband ANGA ein grundlegendes Urteil gegen eine deutsche Verwertungsgesellschaft erwirkt. Auf eine Klage des Verbands hat das Oberlandesgericht München einen neuen Gesamtvertrag festgesetzt.

Der Gesamtvertrag regelt, zu welchen Konditionen die Mitgliedsunternehmen des Verbands die Rechte für die leitungsgebundene Weitersendung von Fernseh- und Hörfunkprogrammen erwerben können. Umfasst wird sowohl klassisches Kabelfernsehen als auch die Verbreitung im IP-Standard, zum Beispiel über Glasfasernetze. Eingeräumt werden dafür Urheber- und Leistungsschutzrechte privatwirtschaftlicher Fernseh- und Hörfunkunternehmen.

Vergütungssätze auf dem Niveau von 2012

Das Gericht hat in seinem 105-seitigen Urteil nach ANGA-Angaben zahlreiche Mehrforderungen der Verwertungsgesellschaft gegenüber dem bis 2016 bestehenden Gesamtvertrag zurückgewiesen. Das betrifft unter anderem die Höhe des Vergütungssatzes, die Bedeutung von Daten zum Beispiel im Rahmen von IPTV und die Einführung von so genannten Mindestbemessungsgrundlagen.

Nach dem Urteil bleiben die Vergütungssätze auf dem Niveau des Tarifs von 2012. Besonders bedeutsam ist dabei laut ANGA, dass für Endkundenumsätze weiterhin keine festen Mindestbemessungsgrundlagen gelten, es bleibe grundsätzlich bei einer prozentualen und damit für beide Seiten fairen Vergütung. Die Bemessungsgrundlage besteht aus den tatsächlich erzielten Erlösen.

Nach den Feststellungen des Gerichts gilt insoweit „ein strenger Wirklichkeitsmaßstab ohne pauschalierende Vergütungsbestandteile“. Daraus lässt sich nach ANGA-Einschätzung die zentrale Erkenntnis ableiten, dass auch für die digitale Medienverbreitung weiterhin der Grundsatz gilt, dass Rechteinhaber nur für solche Umsätze Vergütungen an die Rechteinhaber zahlen müssen, die sie tatsächlich erwirtschaften, nicht aber für rein fiktive Einnahmen, die sich die Rechteinhaber vorstellen können.

Urteil „von besonderer Bedeutung“

Das Urteil ist laut ANGA von besonderer Bedeutung, denn es handle sich um die erste Entscheidung des in Deutschland für urheberrechtliche Gesamtverträge zentral zuständigen Oberlandesgerichts über die Vergütungsparameter für Weitersenderechte.

„Wir sind mit dem Urteil des Oberlandesgerichts sehr zufrieden. Die umfangreichen Feststellungen werden für alle weiteren Lizenzverhandlungen über Kabelfernsehen, IPTV und auch TV-Angebote im offenen Internet (OTT-TV) von großer Bedeutung sein. Die ausführlich begründete Entscheidung bietet zugleich die Chance auf branchenweiten Rechtsfrieden, damit Fernsehveranstalter und Plattformbetreiber gemeinsam innovative Medienangebote entwickeln können, um zum Vorteil aller Beteiligten im

Wettbewerb mit internationalen Streaming-Angeboten bestehen zu können“, sagte ANGA-Geschäftsführer Peter Charissé in Köln.

Der festgesetzte Gesamtvertrag hat eine Mindestlaufzeit von 2018 bis Ende 2028. Der Klage war eine Kündigung des bis 2016 bestandenen Gesamtvertrags durch die Verwertungsgesellschaft und ein Schiedsverfahren bei der amtlichen Schiedsstelle nach dem Verwertungsgesellschaftengesetz (VGG) vorausgegangen. Gegen deren Einigungsvorschlag hatte die beklagte Verwertungsgesellschaft Widerspruch eingelegt. Gegen das Urteil ist die Revision zulässig.

wedo movies wird erster FAST Channel im DVB-C-Netz:
wilhelm.tel, willy.tel, DNMG starten Pilotprojekt

Dr. Jörn Krieger

Der FAST-Channel- und AVoD-Anbieter Video Solutions AG, die Kabelnetzbetreiber wilhelm.tel und willy.tel sowie die Deutsche Netzmarketing (DNMG) haben ein Pilotprojekt zur Verbreitung des FAST Channels wedo movies in DVB-C-Netzen gestartet. Das Pilotprojekt soll als Blaupause für viele weitere FAST Channels dienen, die zukünftig in den DVB-C-Netzen der DNMG-Netzbetreiber ihren Platz finden könnten.

Durch die Kooperation ist wedo movies nach Angaben der Partner der erste FAST Channel, der im DVB-C-Kabelnetz verbreitet wird. Das Pilotprojekt ist in zwei Phasen aufgeteilt, die die Partner jeweils detailliert auswerten wollen. In der ersten Phase konzentriert sich die Verbreitung des Kanals auf TV-Geräte mit Internetzugang, um zielgerichtete Werbeplatzierungen (Targeted Advertising) zu ermöglichen. Die zweite Phase schließt dann auch die TV-Geräte mit ein, die keinen Internetzugang haben.

„Passgenauen Zielgruppenansprache“

„Mit der DNMG, wilhelm.tel und willy.tel haben wir drei starke Partner, die unsere Vision des Fernsehens der Zukunft teilen. Statt sich durch das zeitraubende, unübersichtliche On-Demand-Angebot zu kämpfen, entdecken immer mehr Zuschauer die klar definierten Programmparben der FAST Channels, die ihnen kostenfrei rund um die Uhr genau das liefern, was sie gerade sehen wollen. Für Werbepartner ergeben sich dadurch neue, attraktive Möglichkeiten der passgenauen Zielgruppenansprache“, sagte Philipp Rotermund, CEO & Founder der Video Solutions AG.

Damian Lohmann, Senior Manager Partner Relations der DNMG, erklärte: „Wir freuen uns sehr, nun auch FAST Channels einen Weg aufzeigen zu können, mit dem sie ihren Content auch in DVB-C-Netzen verwerten und durch individuelle Werbung noch besser monetarisieren können. Somit sind FAST Channels nicht mehr von Streaming- und OTT-Anbietern abhängig, sondern können über die Netze unserer über 200 Netzbetreiber nun auch endlich in der ‚Mitte der Gesellschaft‘ ankommen. Das Tor zu über 5 Millionen TV-Haushalten steht ab sofort für FAST Channels weit offen.“

Wolfgang Kleinekathöfer, Leiter Content von wilhelm.tel, ergänzte: „Unsere Kunden genießen bei wedo movies ab sofort 24/7 bestes Movie-Entertainment und dürfen sich schon heute auf weitere digitale Zusatzfunktionen freuen, welche wir im Laufe des Pilotprojektes freischalten werden.“

Sky führt SD-Verbreitung fort

Dr. Jörn Krieger

Sky Deutschland plant vorerst keinen vollständigen Umstieg auf HD und wird einen Teil seiner Sender weiterhin in SD-Auflösung anbieten. Das bestätigte Sprecherin des Pay-TV-Veranstalters gegenüber MediaLABcom.

Über das Vodafone-Kabelnetz sind den Angaben zufolge diese Sender noch in SD verfügbar: Sky Cinema Premierien +24, Sky Cinema Fun, Sky Cinema Classics und Sky Cinema Family. Über Satellit werde es weiterhin folgende Drittsender in SD geben: Heimatkanal, Crime & Investigation, Curiosity Channel powered by Spiegel, Nicktoons, Nick Jr., Cartoon Network, Cartoonito (ex Boomerang) und Jukebox.

Große SD-Abschaltung am 22. März 2023

Daran wird sich auf absehbare Zeit nichts ändern. „Aus vertraglichen Gründen ist die Aufschaltung in HD bei diesen einzelnen Partnersendern noch nicht erfolgt und aktuell nicht geplant“, sagte die Sky-Sprecherin. Am 22. März 2023 hatte Sky bei 27 Sendern das SD-Signal zugunsten einer reinen HD-Ausstrahlung abgeschaltet. Betroffen waren folgende Programme:

Sky Cinema: Sky Cinema Premierien SD, Sky Cinema Premierien +24 SD, Sky Cinema Best Of SD, Sky Cinema Action SD und Sky Cinema Family SD

Sky Sport: Sky Sport 1 SD, Sky Sport 2 SD, Sky Sport 3 SD, Sky Sport 4 SD, Sky Sport 5 SD, Sky Sport 6 SD, Sky Sport 7 SD, Sky Sport 8 SD, Sky Sport 9 SD, Sky Sport Tennis SD und Sky Sport Top Event SD

Sky Fußball Bundesliga: Sky Sport Bundesliga 1 SD, Sky Sport Bundesliga 2 SD, Sky Sport Bundesliga 3 SD, Sky Sport Bundesliga 4 SD, Sky Sport Bundesliga 5 SD, Sky Sport Bundesliga 6 SD, Sky Sport

Kunden per Mail und Webseite informiert

Die HD-Umstellung erfolgte auf den Verbreitungswegen Satellit, Kabel und IPTV. Die betroffenen Kunden wurden zuvor per E-Mail oder Brief darüber informiert, dass sie einige Sender ohne zusätzliche Kosten in HD empfangen können. Auch eine spezielle [Webseite](#) informiert über die Umstellung. Im November 2018 hatte Sky mit der Abschaltung der ersten SD-Programme [begonnen](#).

Neues vom FRK

Mehr Aussteller und mehr Besucher erwartet: der Breitbandkongress des FRK bleibt auf Wachstumskurs

Der Breitbandkongress des Fachverbands für Rundfunk- und Breitbandkommunikation (FRK) befindet sich weiterhin auf Wachstumskurs. In diesem Jahr erwartet der Verband im Leipziger H4 Hotel am 6. und 7. September 2023 wieder einmal mehr Besucher und mehr Aussteller als in den Jahren zuvor.

„Diese Entwicklung zeichnete sich bereits kurz nach dem Breitbandkongress 2022 ab, als uns sehr schnell die ersten Standbuchungen vorlagen“, erklärt Heinz-Peter Labonte, Vorsitzender des FRK. Deshalb wurde die Zahl der Ausstellungsstände noch einmal vergrößert. Die Zahl der Stände bei der 26. Auflage des FRK-Breitbandkongresses hat sich im Vergleich zum Vorjahr um 15 vergrößert.

Bis Ende Februar 2023 waren bereits rund 90 Prozent der Stände fest verbucht. „Wer noch seine Innovationen und Produkte dem fachkundigen Publikum präsentieren will, muss jetzt schnell sein“, sagt Labonte. Er geht zudem davon aus, dass auch die Zahl der Teilnehmer weiter anwachsen wird. „Wir rechnen damit, dass am 6. und 7. September im H4 Hotel zwischen 10 und 20 Prozent mehr Besucher am Breitbandkongress teilnehmen werden“, prognostiziert der FRK-Vorsitzende.

Neben der Ausstellung und den Workshops, in denen sich die Teilnehmer über aktuelle technische Entwicklungen aus erster Hand informieren können, dürfte auch das Kongressprogramm als Publikumsmagnet dienen: Der Fokus wird auf den Auswirkungen des Telekommunikationsgesetzes (TKG) und der Aktivitäten der Finanzinvestoren auf den Breitbandausbau liegen. „Das Glasfaserbereitstellungsentgelt ist keine wirkliche Alternative und angesichts der aktuellen Insolvenzen drängt sich die Frage geradezu auf, wie es im Glasfasermarkt weitergehen wird“, sagt Labonte. „Die Großen werden den Druck auf mittelständische Netzbetreiber erhöhen, die dank Kundennähe und exzellentem Service sehr erfolgreich ihre Netze betreiben und deshalb auch wettbewerbsfähig bleiben.“

Kurzmeldungen

Dr. Jörn Krieger

M7 verlängert Partnerschaft mit NBC Universal

M7 hat seine langjährige Partnerschaft mit NBC Universal Global Networks Deutschland verlängert. Der neue, erweiterte Vertrag umfasst die langfristigen Verbreitungsrechte der HD-Pay-TV-Sender SYFY und 13th Street, die M7-Partner damit weiterhin ihren Kunden über ihre Kabelnetze und IPTV-Plattformen anbieten können. Neu dazu kommt Universal TV: Der Pay-TV-Kanal, der ebenfalls in HD-Bildqualität angeboten wird, zeigt hochwertige Spielfilme und Serien.

Neben den linearen Programmen der drei Sender können M7-Partner den Zuschauern interaktive Zusatzfunktionen bereitstellen, die eine flexible TV-Nutzung ermöglichen, darunter der Neustart laufender Programme, TV-Aufzeichnungen via Network-PVR und die Multiscreen-Nutzung per Smartphone/Tablet-App.

„Wir freuen uns über die langfristige Vertragsverlängerung mit NBC Universal, mit der uns eine langjährige, erfolgreiche Partnerschaft verbindet. Den M7-Partnern und ihren Kunden sichern wir dadurch Kontinuität. Mit Universal TV nehmen wir zudem einen weiteren attraktiven Premium-HD-Pay-TV-Sender ins M7-Portfolio auf, mit dem unsere Partner den Zuschauern einen klaren Mehrwert bieten können“, sagte Marco Hellberg, Geschäftsführer von Evisio Germany, dem M7 Business Partner in Deutschland.

„Dass die erfolgreiche Zusammenarbeit von M7 und NBC Universal Global Networks Deutschland fortgesetzt und mit der Integration von Universal TV noch erweitert wird, freut uns sehr. Mit Universal TV wird das TV-Entertainment-Angebot von M7 neben unseren erfolgreichen Pay-TV-Channel Brands 13th Street und SYFY noch um außergewöhnliches Entertainment mit exklusiven Serien und mitreißenden Blockbustern ergänzt“, erklärte Elke Walthelm, Managing Director, NBC Universal Global Networks Deutschland.

M7 vereinbart HD-Satellitenverbreitung mit Current Time TV

Die in Luxemburg ansässige M7 Group, Teil der CANAL+ Group und einer der führenden Pay-TV-Anbieter in Europa, hat mit der U.S. Agency for Global Media (USAGM) einen Vertrag über die Satellitenverbreitung von Current Time TV in HD über Astra (19,2° Ost) und Eutelsat 9B (9° Ost) geschlossen.

Current Time TV ist ein russischsprachiges TV- und Digital-Netzwerk, das rund um die Uhr Nachrichten,

Debatten und Berichterstattung zu lokalen, regionalen und internationalen Themen bietet und sich an ein Publikum in Russland, den Ländern Mittel- und Osteuropas sowie in der ganzen Welt richtet. Es wird von Radio Free Europe/Radio Liberty in Zusammenarbeit mit der Voice of America produziert.

Im Rahmen der Vereinbarung mit M7 wird Current Time TV frei empfangbar über Astra (19,2° Ost) verbreitet. Europas wichtigste Satellitenposition versorgt mehr als 95 Millionen TV-Haushalte, von denen fast 40 Millionen Direktempfänger (DTH) sind. Die Astra-Verbreitung ermöglicht es Current Time TV, seinen Zuschauerkreis in den russischsprachigen Haushalten Europas erheblich zu vergrößern.

Als Teil der Vereinbarung nehmen die von M7 betriebenen DTH-Satellitenplattformen Canal Digitaal, TV Vlaanderen, Télésat, HD Austria und Skylink Current Time TV in ihre elektronischen Programmführer (EPGs) auf. Außerdem soll Current Time TV bald auch als linearer OTT-Kanal über die M7-Plattformen in Ungarn (Direct One) und Rumänien (Focus Sat) empfangbar sein.

Darüber hinaus wird Current Time TV über Eutelsat 9B (9° Ost) verbreitet und von M7 Deutschland ins russische Sprachpaket aufgenommen. Die Satellitenausstrahlung dient zudem der verschlüsselten Signalzulieferung an Dritte innerhalb der europaweiten Ausleuchtzone.

Ocilion bringt bayerisches Lokal-TV auf IPTV-Plattform

Gemeinsam mit der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) hat Ocilion alle 14 bayerische Lokal-TV-Sender auf seiner IPTV-Plattform integriert. Damit können bayerische Netzbetreiber die lokalen Programme in HD-Qualität einschließlich non-linearer Zusatzfunktionen beziehen. Zusätzlich ist das Programm RTL mit allen lokalen Fenstern verfügbar. Das gilt sowohl für Ocilion-Kunden als auch für alle bayerischen Telekommunikationsunternehmen, die Interesse an der Weiterverbreitung der Sender haben.

Die Umsetzung wurde von der Bayerischen Medien Technik (bmt) realisiert, die ein eigenes Playout-Center für die 14 bayerischen Lokal-TV-Sender zur Verbreitung auf sämtlichen Übertragungswegen in München betreibt. In Kürze ist die Aufschaltung in verschiedene Netze geplant, nachdem zu Jahresbeginn ein Test in Rosenheim erfolgreich abgeschlossen wurde.

„Das bayerische Lokalfernsehen muss sein Publikum in der digitalen Welt auf allen möglichen Kanälen erreichen – mit dem neuen Angebot des Dienstleisters Ocilion sind wir hier erneut einen Schritt weiter“, sagte BLM-Präsident Dr. Thorsten Schmiege in München. „Das große Ziel der Landeszentrale ist es, die vielfältigen lokalen Inhalte der bayerischen Anbieter auch und gerade in der IP-Verbreitung zu stützen. Deshalb freuen wir uns über die Bündelung der 14 Lokalfernsehsender auf der IPTV-Plattform.“

Thomas Bichlmeir, Head of Content bei Ocilion, erklärte: „Wir gehen damit auf die Bedürfnisse unserer bayerischen Kunden ein und unterstützen sie dabei, ihr Portfolio an regionaler Information und Unterhaltung technisch und inhaltlich hochwertig auszubauen. Ich freue mich, dass wir diese Sender nun mit Restart-, nPVR- und Pause-Funktion sowie in HD-Qualität anbieten können. Als Content-Plattform unterstützen wir die BLM in ihrem Ziel, alle lokalen Programme auf möglichst vielen Plattformen bereitzustellen.“

Die 14 bayerischen Lokal-TV-Sender im Überblick: allgäu.tv, a.tv, Franken Fernsehen, münchen.tv, niederbayernTV (Deggendorf-Straubing), niederbayernTV (Passau), niederbayernTV (Landschut), Oberpfalz TV (OTV), regioTV Schwaben, Regional Fernsehen Oberbayern, TV Ingolstadt, TVA Ostbayern, TV Mainfranken, TV Oberfranken (TVO).

purtel.com erweitert TV-Signalführung für Netzbetreiber um DVB-C

Der Dienstleister purtel.com bietet Netzbetreibern neben IPTV ab sofort auch eine TV-Signalführung im klassischen Kabelstandard DVB-C an. Mit der Erweiterung von purTV begegne purtel.com den Anforderungen der Netzbetreiber, die auch die Wohnungswirtschaft versorgen, teilte das Unternehmen in München mit.

Die Signalproduktion sowie -distribution erfolgt redundant und wird an allen acht PoP-Standorten über die eigenen, verbindenden Ringstrukturen deutschlandweit angeboten. Der Bezug des DVB-C-Signals ist laut purtel.com insbesondere für diejenigen Netzbetreiber interessant, die dieses Signal übergangsweise bis zum Ausbau der Netzebene 4 per Glasfaser zur Versorgung der Wohnungswirtschaftskunden benötigen. Die Kundenbeziehung aus dem DVB-C-Signal führe so später „zur logisch konsequenten Migration des Kunden in die IPTV-Welt“.

„Wir haben Antworten auf die vielfältigen Anforderungen und Herausforderungen, die Netzbetreiber im alltäglichen Geschäft haben“, sagte Dr. Markus von Voss, Geschäftsführer von purtel.com. „Mit der Erweiterung des purTV-Dienstes um das DVB-C-Signal und dessen Übergabe an unseren acht PoP-Standorten bieten wir unseren Kunden die größte Auswahl an hochwertigen TV-Dienstleistungen.“

waipu.tv und NBC Universal erweitern Zusammenarbeit

Der TV-Streaming-Anbieter waipu.tv wird weiterhin die Pay-TV-Sender von NBC Universal verbreiten. Die Muttergesellschaft Exaring AG verlängerte die Zusammenarbeit mit NBC Universal Global Networks Deutschland um mehrere Jahre. Das neue Abkommen umfasst die Sender 13th Street, Universal TV und SYFY und deckt neben den linearen Programmen auch Catch-up-Rechte und interaktive Funktionen ab, etwa Instant Restart, Pause- und Aufnahmefunktion.

„NBC Universal ist für uns ein sehr wichtiger Partner im Bereich Pay-TV. Die erfolgreichen Entertainment-

Sender 13th Street, SYFY und Universal TV bieten unseren Kunden zahlreiche bekannte Serien- und Filmhighlights sowie exklusive Originals und bereichern damit unser Programm-Portfolio. Durch die Erweiterung um Catch-up sind die Inhalte ab 2024 sogar noch flexibler an die eigenen Nutzungs-Bedürfnisse angepasst“, sagte Markus Härtenstein, Vorstand der Exaring AG.

TELE AG bietet IPTV-Komplettlösung von Ocilion

Der IPTV-Dienstleister Ocilion und der TK-Diensteanbieter TELE AG haben eine Zusammenarbeit vereinbart. Die IPTV-Komplettlösung von Ocilion – inklusive Set-Top-Box, Content, First- und Second-Screen-Apps – kann somit über die TELE AG angebunden werden. Netzbetreiber haben damit die Möglichkeit, die Signale von Ocilion auch über den Leipziger Diensteanbieter mit den exakten technischen Spezifikationen zugeliefert zu bekommen. Darüber hinaus können sie über das CRM der TELE AG die nötigen Schnittstellen für das Bestell- und Abrechnungssystem für ihr IPTV-Produkt einrichten.

TELE AG ist White-Label-Anbieter für Infrastrukturnetzbetreiber und liefert seinen Kunden Telefonie, Internet, TV sowie Software für alle Prozesse und Portale rund um ihre Endkunden. Das Unternehmen vereint die komplette Kundenbearbeitung und -kommunikation auf einer Plattform. Dazu gehören verwaltete und automatisierte Bestellstrecken zur Onlinebuchung, Vertriebspartnerportale zur „Offline-Buchung“, Call-Center-Ressourcen, ein TK-spezialisiertes CRM-System inklusiver offener Schnittstellen, Billing, Kundenportal, Diagnoseportal und eine Überwachungsplattform.

Im Rahmen der Kooperation wird die IPTV-Lösung von Ocilion als „On-net“-Dienst im Backbone der TELE AG transportiert und die Bestell- und Abrechnungsprozesse im CRM etabliert. Mit teutel und den Stadtwerken Merseburg sind bereits zwei Ocilion-Cloud-Kunden über die TELE AG angebunden.

„TELE AG bietet ihren Kunden vollständige Telekommunikationslösungen an. Wir sind stolz darauf, Ocilion als Partner anbinden zu können und diese damit zu vervollständigen. TELE AG ist es wichtig, nicht irgendeine Lösung, sondern jeweils die aus unserer Sicht beste Lösung zu ermöglichen. Als IPTV-Spezialist verfügt Ocilion über ein zukunftssicheres TV-Angebot und jahrelange Expertise bei Software, Hardware und Content-Rechten“, sagte Falk Assel, Vorstand der TELE AG.

Ocilion-Geschäftsführer Hans Kühberger erklärte: „Mit TELE AG konnten wir einen starken Partner gewinnen und eine weitere Möglichkeit schaffen zur Anbindung an unsere Cloud-Lösung. Das vereinfacht es für einige Netzbetreiber, auf unsere Plattform zuzugreifen. Zusätzlich haben Sie durch die Services der TELE AG die einfache Möglichkeit, die notwendigen Provisionierungs- und Billing-Schnittstellen einzurichten.“

Thüga SmartService wählt purtel.com als Technikdienstleister

Die Thüga SmartService mit ihren über 30 regionalen Netzbetreibern hat sich für die Zusammenarbeit mit purtel.com als technischem Dienstleister für das Internet Service Providing (ISP) entschieden. Im Rahmen der Zusammenarbeit wird purtel.com seine größte bis dato durchgeführte Migration mit einer hohen fünfstelligen Zahl von Kundenanschlüssen durchführen.

Die IP-Plattform von purtel.com mit bundesweit verteilten acht PoP-Standorten ist nach Angaben des Unternehmens prädestiniert für die Aufnahme regionaler Netze und bietet kurze Wege für die direkte Netzkopplung. So können die Netze in ihrer Region ursprungsnah angeschlossen werden. Redundante Systeme (BRAS, Radius, CGN), IPv4-Adressen für Geschäftskundendienste, verteilter Betrieb und redundante Anbindungen der PoP-Standorte sorgen laut purtel.com für hohe Verfügbarkeit und Redundanz der Dienste-Plattformen.

„Die Aggregation in der Telekommunikation findet sowohl in den Netzen als auch bei den Dienste-Plattformen statt, ein ganz normaler Vorgang bei sich entwickelnden Märkten. Führend werden diejenigen Plattformen sein, die die folgende drei Kriterien erfüllen: ‚Zuverlässigkeit, Zuverlässigkeit, Zuverlässigkeit‘ - bei den Prozessen, der Automatisierung, den Plattformen und dem Anbieter selbst“, sagte Markus von Voss, Geschäftsführer von purtel.com.

Alexander Haßdenteufel, Mitglied der Geschäftsleitung bei Thüga SmartService, erklärte: „Mit purtel.com haben wir einen weiteren zuverlässigen Partner für unsere Smart-Fiber-Plattform, welche Dienste, Prozesse und Systeme zu einer skalierbaren und modularen Lösung vereint.“

EU-Kommission genehmigt Joint Venture von Vodafone und Altice

Die EU-Kommission hat der geplanten Zusammenarbeit von Vodafone und Altice beim Glasfaserausbau in Deutschland grünes Licht erteilt. Das neue Gemeinschaftsunternehmen FibreCo soll in einem Zeitraum von sechs Jahren bis zu sieben Milliarden Euro investieren und bis zu sieben Millionen Haushalte mit Glasfaseranschlüssen versorgen.

„Noch in diesem Jahr bringen wir die ersten Kunden ans Netz“, sagte Vodafone-Deutschland-Chef Philippe Rogge der Nachrichtenagentur [dpa](#).

Etwa 80 Prozent des Ausbaus sollen sich auf große Wohnungsbaugesellschaften im bestehenden Versorgungsbereich von Vodalones Hybrid-Glasfaserkabelnetz konzentrieren, die an einer Glasfaseraufrüstung interessiert sind. Die verbleibenden 20 Prozent des Ausbaus sollen außerhalb des derzeitigen Netzgebiets von Vodafone erfolgen und sich auf benachbarte Haushalte fokussieren.

Mit Partnerschaft mit Altice, die im Oktober 2022 bekannt gegeben [wurde](#), soll den Ausbau des Kabelnetzes von Vodafone ergänzen, über das das Telekommunikationsunternehmen mehr als 24 Millionen Haushalte mit Breitband-Internetanschlüssen mit einer Datenrate von bis zu 1 Gbit/s versorgt.

Der Westen hat schnelleres Internet als der Osten

Ostdeutschland ist deutlich schlechter mit schnellem Internet versorgt als Westdeutschland. Das zeigt eine bisher unveröffentlichte Studie des Instituts der deutschen Wirtschaft in Köln, über die die Wochenzeitung „Die Zeit“ berichtet. Demnach verfügen 44 Prozent der Haushalte in den ostdeutschen Flächenländern über Gigabit-Netze, während es in den westdeutschen Flächenländern 70 Prozent sind. Ganz vorne im bundesweiten Vergleich liegen die Stadtstaaten Hamburg, Bremen und Berlin mit jeweils 97 Prozent.

ProSiebenSat.1-Sender bleiben in SD-Auflösung auf Astra

Die Free-TV-Sender von ProSiebenSat.1 bleiben weiterhin in SD-Bildauflösung unverschlüsselt über Astra (19,2° Ost) empfangbar. Die Seven.One Entertainment Group und der Satellitenbetreiber SES verlängerten ihren Satellitentransponder-Vertrag für mehrere Jahre. Die Vereinbarung umfasst die Ausstrahlung der Sender Sat.1, ProSieben, Kabel Eins, sixx, Sat.1 Gold, ProSieben Maxx, Kabel Eins Doku und die Sat.1-Regionalfenster für Bayern und Nordrhein-Westfalen.

„Durch den neuen Transponder-Vertrag bieten wir umfassende Empfangsmöglichkeiten all unserer Sender via Satellit und sichern hohe Reichweiten für unsere Werbekunden. Unsere hervorragende Partnerschaft mit SES eröffnet den TV-Zuschauern sämtliche Möglichkeiten, unsere Sender und unsere großen TV-Formate linear zu empfangen: In Standardauflösung, in HD bei HD+ und auch in UHD“, sagte Nicole Agudo Berbel, Geschäftsführerin und Chief Distribution Officer der Seven.One Entertainment Group.

Christoph Mühleib, der als Geschäftsführer von SES Germany die Geschäfte von SES und Astra in Deutschland, Österreich und der Schweiz verantwortet, erklärte: „Durch die mehrjährige Vereinbarung mit der Seven.One Entertainment Group vertiefen wir unsere Partnerschaft. Das vielfältige und allseits beliebte Sender- und Programmportfolio der Gruppe ist ein essenzieller Baustein in unserem TV-Angebot, mit dem wir 17 Millionen Haushalte in Deutschland erreichen. Unsere Nutzerinnen und Nutzer genießen eine unglaubliche Vielfalt an deutschsprachigen und internationalen Programmen. Denn per Satellit lassen sich mit Abstand die meisten Programme frei empfangen.“

ZDF verlängert Vertrag für HD-Verbreitung auf Astra

Das ZDF hat seinen Distributionsvertrag mit dem Astra-Satellitenbetreiber SES für Transponderkapazität auf Astra (19,2° Ost) zur HD-Verbreitung seiner Programme langfristig verlängert. Die öffentlich-rechtlichen Angebote des ZDF bleiben damit auch in Zukunft über Astra in HD-Qualität empfangbar. Im Mai 2020 hatte das ZDF bereits seinen Vertrag mit der SES für die SD-Verbreitung [verlängert](#).

„Information und Bildung, Sport oder Unterhaltung: Für Millionen Menschen ist das Zweite Deutsche Fernsehen in vielerlei Hinsicht unersetzlich – und das über alle Bevölkerungs- und Altersgruppen hinweg. Die Vereinbarung sichert den Satelliten-TV-Haushalten den Empfang der Angebote in bester HD-Qualität auch für die kommenden Jahre“, sagte Christoph Mühleib, der als Geschäftsführer bei SES Germany die Geschäfte von SES und Astra in Deutschland, Österreich und der Schweiz verantwortet.

High View schickt FAST Channels auf Astra

Das Medienunternehmen High View verbreitet ab 1. März 2023 die drei FAST Channels Xplore, Hip Trips und One Terra zusätzlich via Satellit. Für die Werbezeitenvermarktung der unverschlüsselten Free-TV-Sender ist Goldbach Germany zuständig.

„Der Ausbau der Verbreitung um TV als Massenmedium unserer sehr erfolgreich etablierten FAST-TV-Channels ist ein wichtiger Schritt. Die Reichweite des Satelliten ermöglicht es uns, für die Sender relevante Reichweite auf dem großen Bildschirm aufzubauen. Mit der Kombination aus TV und CTV erreichen wir über die verschiedenen Verbreitungswege beispielsweise Zielgruppen in unterschiedlichen Alterssegmenten. Die Sender werden plattformübergreifend von Goldbach vermarktet, Agenturen und Werbetreibende können Werbeplätze über Goldbach als zentrale Vermarkterin buchen. Wir freuen uns, die Vermarktung unseres Zielgruppenspektrums mit starken Partnern an unserer Seite auszubauen und gemeinsam neue Standards für die Ausspielung und Messbarkeit zu entwickeln“, sagte Ulrike Unseld, die die Vermarktung und das Musikportfolio bei High View leitet.

Frank Möbius, Managing Director von Goldbach Germany, erklärte: „Eine content- und zielgruppenorientierte Kombination aus klassischem linearem TV und Advanced TV wird für den Media-Mix immer wichtiger. Wir freuen uns, das Inventar der High-View-Sender Xplore, Hip Trips und One Terra in beiden Bereichen vermarkten zu können und gemeinsam das Wachstumspotenzial, welches sich durch die Kombination der Ausspielungswege ergibt, zu erschließen.“

Xplore zeigt Reisedokumentationen und Reportagen über Menschen und Regionen, verbunden mit Reisetipps und Informationen. Hip Trips bietet Reportagen über Touren mit Motorrad, Bahn, Auto, Schiff, Kanu oder per Bike: Weltreisende, Abenteuerlustige und Langzeitreisende berichten von ihren Erlebnissen. One Terra widmet sich außergewöhnlichen Menschen, Geschichten und Begegnungen, etwa Reisen, Ritualen und Festen aus aller Welt.

Neben der Satellitenverbreitung, die über Astra (19.2° Ost) erfolgt, sind die Sender auch über Smart-TV-

und Streaming-Plattformen frei empfangbar, darunter LG, Samsung TV Plus, Dailyme, Philips, Rakuten, waipu.tv und Xiaomi. Auf Astra belegen die Sender die Frequenz 12,699 GHz V (SR 23.500, FEC 3/4). Dort sind auch die vier neuen Free-TV-Musikkanäle angesiedelt, die High View kürzlich unter der Deluxe-Music-Marke [gestartet hat](#).

QVC bleibt auf Astra

Der Astra-Satellitenbetreiber SES und der Teleshopping-Anbieter QVC haben ihre Partnerschaft verlängert. Mit der neuen Vereinbarung sichert sich QVC Satellitenkapazitäten auf der Astra-Position 19,2° Ost in SD- und HD-Auflösung für die kommenden Jahre. Das Abkommen umfasst die Sender QVC SD, QVC2 SD und QVC2 HD.

„Wir freuen uns über die anhaltende und nun verlängerte vertrauensvolle Partnerschaft mit SES Astra. Es ist QVC wichtig, unseren Zuschauerinnen und Zuschauern unsere Programme weiterhin in allen Qualitätsstufen zur Verfügung zu stellen, damit sie frei zwischen SD, HD und – bei QVC und QVC2 auch UHD – wählen können“, sagte Judith Haker, Director Platform Development & Distribution bei QVC International.

LG integriert HD+ in Smart TVs via HbbTV

Die Käufer von LG-Smart-TVs des Modelljahrs 2023 können die Satelliten-TV-Plattform HD+ künftig ohne zusätzliche Hardware empfangen. Der südkoreanische TV-Gerätehersteller integriert dazu die HD+ TV-App über die HbbTV Operator Application (HbbTV OpApp) direkt in seine Fernseher.

Set-Top-Box, CI+-Modul, Smartcard, TV-Key oder andere Hardware sind für den Empfang von HD+ nicht notwendig, lediglich eine auf Astra (19,2° Ost) ausgerichtete Satellitenschüssel. Die entsprechend ausgestatteten TV-Geräte sollen Ende März 2023 in den Handel kommen.

„Bevor LG Produktinnovationen einführt, müssen folgende Fragen eindeutig positiv beantwortet werden: Erweitern sie die Möglichkeiten der Menschen? Verbessern sie die Nutzung von Geräten im Alltag und entsprechen sie den Bedürfnissen einer sich verändernden Welt? Die HD+ TV-App erfüllt zweifellos diese Ansprüche, um zeitgemäßen Fernsehgenuss zu garantieren“, sagte Daniel Schiffbauer, Sales Director bei LG.

Andreas Schulz, Leiter des Produktmanagements bei HD+, erklärte: „Mit der Entwicklung der integrierten HD+ TV-App ist es uns gelungen, die technischen Hürden zur Nutzung von HD+ auf ein Minimum zu reduzieren. Wer die privaten Sender in HD- oder UHD-Qualität schnell, unkompliziert und ohne weitere Hürden auf seinem neuem LG-TV sehen möchte, aktiviert nur noch einmalig die HD+ TV-App. Die Nutzer erhalten damit nicht nur Zugang zu Sendungen in bester Bildqualität, sondern profitieren auch von den Vorzügen der HD+ Komfort-Funktion. Diese ermöglicht etwa den Neustart bereits angelaufener Sendungen, die Suche nach Wunschsendungen in Mediatheken oder den automatischen Hinweis auf Sportformate, Serien oder Shows, die auch in UHD angeboten werden.“

Andreas Müller-Vondey, Leiter Marketing und Sales bei HD+, sagte: „Die Integration der HD+ TV-App in die neuen LG-Modelle ist nicht nur für unsere Kunden ein großer Gewinn für ihren Fernsehkomfort. Auch unsere Partner im Handel profitieren. Denn mit LG haben nun alle großen TV-Hersteller HD+ von Werk aus mit an Bord. Wir erwarten, dass HD+ am Ende des Jahres auf rund 80 Prozent aller neu verkauften UHD-TV-Geräte bereits integriert sein wird. In Verkaufsgesprächen wird es so noch einfacher, sowohl die Vorzüge hochwertiger, neuer Fernsehgeräte vorzuführen als auch die Vorteile aufzuzeigen, die sich mit HD+ bieten.“

Zum Kennenlernen bietet HD+ eine sechsmonatige kostenfreie Testphase ohne Registrierung oder weitere Verpflichtungen. Wer danach weiterschauen will, kann im Handel oder im HD+ Webshop ein kostenpflichtiges Abonnement abschließen.

Nach Panasonic, Samsung, Vestel, TP Vision, Hisense und Loewe ist LG der siebte Hersteller, der HD+ über die HbbTV OpApp direkt in seine Smart TVs integriert. Sony macht dies ebenfalls, setzt dafür aber eine eigens entwickelte Android-App ein.

HbbTV veröffentlicht neue Version der Kernspezifikation

Die HbbTV Association hat die Version 2.0.4 ihrer Kernspezifikation veröffentlicht. Die drei wichtigsten Merkmale der neuen Version sind die Verknüpfung mit Sprachassistenten, die Integration von Funktionen zur Barrierefreiheit (zum Beispiel Verbesserung der Sprachverständlichkeit oder Vergrößerung der Benutzeroberfläche) und die Verbindung mit dem neuen DVB-I-Standard. Dadurch lassen sich HbbTV-Anwendungen mit der „roten Taste“ der Fernbedienung bei Live-/Linear-TV-Diensten nutzen, die als DVB-I-Stream über Breitbandnetze empfangen werden. Die jeweilige Verfügbarkeit hängt davon ab, ob das Fernsehgerät oder die Set-Top-Box die Funktionen unterstützen.

Außerdem gibt es eine Reihe kleinerer Verbesserungen und Fehlerkorrekturen, die in früheren Versionen der HbbTV-Spezifikation entdeckt wurden. Eine vollständige Liste der neuen Funktionen und Änderungen bietet der HbbTV 2.0.4 „Explainer“ in der [Ressourcen-Bibliothek](#) der HbbTV-Webseite.

„In die neue Version der HbbTV-Kernspezifikation haben unsere Mitglieder in den vergangenen 18 Monaten viel Arbeit investiert. Mit dem neuen Meilenstein haben die wichtigsten globalen und europäischen Interessenvertreter der Fernsehwelt ihr Engagement unter Beweis gestellt, um sicherzustellen, dass HbbTV stets und in vollem Umfang den Herausforderungen gewachsen ist, den Zuschauern ein überzeugendes Fernseherlebnis zu liefern“, sagte Vincent Grivet, Vorsitzender der

HbbTV Association.

Jon Piesing, stellvertretender Vorsitzender der HbbTV Association und Vorsitzender der Specification Group, die den Entwicklungsprozess der Spezifikation geleitet hat, fügte hinzu: „Wir sind begeistert von den Möglichkeiten, die HbbTV 2.0.4 den Nutzern von HbbTV-Anwendungen und -Diensten bietet. Die Integration von Sprachassistenten ist von großer Bedeutung, da die Spracheingabe in den Benutzeroberflächen von Fernsehern und anderen Elektronikgeräten zunehmend genutzt wird. Barrierefreie Funktionen sind eine wesentliche Ergänzung im Zusammenhang mit dem Europäischen Rechtsakt zur Barrierefreiheit. Die Verbindung mit DVB-I ist wichtig, weil die Übertragung von Live-/Linear-Programmen über IP-Streams an TV-Geräte in Zukunft eine wachsende Rolle spielen wird.“

Neuer Sport-Streamingdienst Dyn startet am 23. August

Der neue Sport-Streamingdienst Dyn startet am 23. August 2023 mit dem Handball Supercup 2023, bei dem der Deutsche Meister auf den DHB-Pokalsieger trifft. Das gab Christian Seifert, Gründer und Geschäftsführer von Dyn, in Köln bekannt.

Der ehemalige Geschäftsführer der Deutschen Fußball Liga (DFL) baut das Angebot mit einem Team um CEO Andreas Heyden und COO Marcel Wontorra auf. Das Programm wird über Smart TVs, PCs, Laptops, Tablets und Smartphones empfangbar sein.

Der Streamingdienst, der von Christian Seifert zusammen mit dem Medienkonzern Axel Springer gegründet wurde, sicherte sich in den vergangenen Monaten die Ausstrahlungsrechte für zahlreiche nationale und internationale Wettbewerbe in den Sportarten Volleyball, Basketball, Handball, Tischtennis und Hockey.

Durch eine Vereinbarung mit DAZN kommen jetzt auch europäischer Handball dazu: Dyn zeigt die Spiele in der EHF Champions League und der EHF European League (Frauen und Männer) mit deutscher Beteiligung. Darüber hinaus will Dyn ausgewählte Spitzenspiele internationaler Top-Klubs sowie die Finalturniere der EHF-Klubwettbewerbe übertragen.

„Bei der Preisgestaltung setzen wir auf ein einfaches, transparentes und faires Modell: Kunden können zwischen einem monatlich kündbaren Abo und einem vergünstigten Jahresabo wählen. Ein Jahresabo mit einer Mindestlaufzeit von 12 Monaten wird 12,50 Euro pro Monat kosten, ein monatlich kündbares Abo 14,50 Euro“, sagte Heyden. Das Dyn-Abo umfasst den Zugang zu allen Live-Spielen, Highlights und redaktionellen Formaten aller Ligen und wird ab Sommer auf der Webseite www.dyn.sport angeboten.

Seifert betonte: „Dyn wird mehr sein als ein Sportsender. Herzstück unseres Konzepts ist die Partnerschaft mit dem Sport und für den Sport. Indem wir mehr frei empfangbare Inhalte bereitstellen als jemals zuvor, steigern wir die Sichtbarkeit der Ligen und Wettbewerbe deutlich. Durch die vereinbarten Erlöse aus den Medienrechten, mehr Reichweite für die Ligen, Clubs und ihre Sponsoren unterstützen wir darüber hinaus mit Hilfe unseres Konzepts Move Your Sport nachhaltiges strukturelles Wachstum im Sport.“

Die Fans werden bei Abschluss ihres Vertrags gefragt, welche der Dyn-Sportarten sie besonders unterstützen wollen. Zehn Prozent des Netto-Abopreises fließen dann ohne Extrakosten für den Fan direkt an die entsprechende Liga. Der Preis für den Kunden erhöht sich dadurch nicht. Die Ligen verpflichten sich, die zusätzlichen, von Dyn zur Verfügung gestellten Mittel in individuelle Konzepte zur Nachwuchsförderung zu investieren.

Ein weiterer Baustein des neuen Konzepts wird das Dyn Media Network sein. Partnerverbände, Ligen, Clubs und Medienpartner erhalten über den Dyn Content Desk, ein cloudbasiertes System zum Hochladen und Abrufen von redaktionellen Inhalten, redaktionelles Material wie Highlight-Videoclips und begleitende Interviews zur Verbreitung über deren eigene Kanäle.

„Die Partner unseres Dyn Media Network erhalten die Möglichkeit, mehr Bewegtbild-Content als je zuvor über ihre eigenen Kanäle zu verbreiten. So können auch Fach- und regionale Medien mit Spielbildern von der Attraktivität unserer Sportarten profitieren und gleichzeitig deren mediale Präsenz weiter erhöhen“, sagte Wontorra.

Zattoo startet Fee-TV-Filmkanal Netzkino

Der TV-Streaming-Anbieter Zattoo seinen ersten eigenen FAST Channel: Netzkino zeigt rund um die Uhr Spielfilme aus den Genres Romance, Comedy, Action, Thriller und Horror. Dazu greift Zattoo auf bereits verfügbare Inhalte des Anbieters Netzkino, einer Marke der Plaion Pictures, im eigenen On-Demand-Bereich zurück, die monatlich um mehr als 20 neue Titel ergänzt werden. Nach wedo movies, wedo big stories und Beauty TV ist Netzkino der vierte kostenfreie, werbefinanzierte Streaming-Kanal bei Zattoo.

„FAST Channels gehören zu DEN Streaming-Trends in diesem Jahr. Ihre große Popularität zeigt, dass es dem linearen Fernsehen immer wieder aufs Neue gelingt, sich den wandelnden Nutzungsbedürfnissen anzupassen. Mit unserem ersten eigenen FAST Channel erweitern wir mithilfe unseres langjährigen Partners Netzkino das lineare Angebot für unsere Nutzer und geben ihnen die Möglichkeit, stetig neue Inhalte zu entdecken“, sagte Constanze Gilles, General Manager Direct-to-Consumer bei Zattoo.

Zattoo-Nutzer finden den neuen Kanal ab sofort in der Senderübersicht. Die Inhalte können jederzeit pausiert, von vorne gestartet, aufgenommen oder sieben Tage rückwirkend geschaut werden. Der Sender

steht sowohl den Abonnenten der kostenpflichtigen Pakete als auch den Nutzern des Free-Modells in Deutschland, Österreich und der Schweiz zur Verfügung.

Mit den von Netzkino zur Verfügung gestellten Titeln übernimmt Zattoo die Programmerstellung des neuen FAST Channels. Dabei werden Werbepausen zwischen den Inhalten oder während einer laufenden Sendung geschaltet. Die Vermarktung der Werbeplätze übernimmt Zattoo ebenfalls selbst und greift dazu auf die eigene Dynamic-Ad-Substitution-Technologie zurück. Diese ermöglicht es, Werbung zielgruppenspezifisch auszuspielen.

„Wir bei Zattoo fokussieren uns in 2023 auf den Ausbau von FAST Channels und planen, rund 30 weitere Sender in das eigene Programm aufzunehmen. Damit erweitern wir das Gesamtportfolio um eine große inhaltliche Themenvielfalt und bieten Werbekunden interessante, zusätzliche Werbefläche im Umfeld einer sehr streamingaffinen Zielgruppe“, sagte Oliver Knappmann, Chief Advertising Officer bei Zattoo. „In Summe erwarten wir bei den monatlich buchbaren Video-Inventaren auf Connected-TVs (CTV) einen Netto-Zuwachs in dreistelliger Millionenhöhe.“

DAZN startet Free-TV-Frauensportkanal

DAZN hat in Deutschland und Österreich einen kostenfreien, werbefinanzierten Streaming-Kanal gestartet, der sich rund um die Uhr dem Frauensport widmet. DAZN RISE ist als FAST Channel zunächst bei Samsung TV Plus und waipu.tv empfangbar, weitere Plattformen wie LG oder Cliq sollen folgen.

Auf dem Programm stehen Live-Übertragungen und Highlights, beim Fußball zum Beispiel die UEFA Women's Champions League, die französische und spanische erste Liga, Division 1 Féminine und LaLiga Femenina, und ab September 2023 die Frauen-Bundesliga, sowie Golf, Handball, Basketball, Feldhockey und Kampfsport. Auch Dokumentationen werden gezeigt.

Nach DAZN FAST und DAZN FAST+ ist DAZN RISE das dritte kostenfreie Streaming-Angebot von DAZN in Deutschland und Österreich.

World of Freesports startet bei Rakuten TV

Die Mainstream Media AG verbreitet ihren FAST Channel World of Freesports ab sofort über Rakuten TV in ganz Europa. Der kostenfreie, werbefinanzierte Extremsportkanal, der im Oktober 2022 in Deutschland gestartet war, ist über die Streaming-Plattform in 41 Ländern zu empfangen. Die internationale Variante wird in englischer Sprache angeboten.

„Wir freuen uns sehr darüber, dass unser FAST Channel World of Freesports jetzt in ganz Europa gestreamt werden kann. Dieser wichtige Schritt gibt uns die Möglichkeit, nun auch weiteren Plattformen Ähnliches anzubieten“, sagte Tim Werner, CEO der Mainstream Media AG.

In Deutschland ist World of Freesports neben Rakuten TV auch bei LG Channels und Zattoo zu empfangen. Auf dem Programm steht actiongeladener Outdoor-Sport, darunter Mountainbike-Rennen, Ski- und Snowboard-Events, Kletter-Touren, Surfen und Motorsport. Neben World of Freesports betreibt die Mainstream Media AG auch die FAST Channels Filmgold und Starke Frauen.

Zattoo holt FAST Channels der Mainstream Media AG

Der TV-Streaming-Anbieter Zattoo hat drei FAST Channels der Mainstream Media AG in sein Portfolio aufgenommen. World of Freesports, Starke Frauen und Filmgold sind in allen Paketen enthalten. Die Abonnenten von „Ultimate“ und „Premium“ können die Inhalte der Kanäle pausieren, neu starten und sieben Tage rückwirkend ansehen.

Zattoo baut damit seine Partnerschaft mit der Mainstream Media AG aus. Die von dem Münchner Medienunternehmen betriebenen Pay-TV-Sender Romance TV, Goldstar TV und Heimatkanal bietet Zattoo im Paket „Fernsehen mit Herz“ an.

Romance TV in HD bei Sky

Romance TV sendet ab sofort in HD-Auflösung bei Sky Deutschland. Der Pay-TV-Kanal, der am 14. Februar 2023 sein 15-jähriges Bestehen feierte, ist damit neben anderen Plattformen auch für Sky-Kunden in besserer Bildqualität zu empfangen.

Romance TV verbreitet sein Programm in Deutschland, Österreich und der Schweiz via Kabel, Satellit, IPTV und OTT. Der von der Mainstream Media AG betriebene Sender richtet sich mit romantischen Spielfilmen und Serien an ein weibliches Publikum.

Ebenfalls neu bei Sky: The History Channel wurde im Kabelnetz [aufgeschaltet](#). Bisher war der Doku-Sender nur für Sky-Kunden via Satellit oder IPTV verfügbar.

ShopLC startet im Vodafone-Kabelnetz

Der Verkaufskanal ShopLC ist ab sofort bundesweit im Kabelnetz von Vodafone zu empfangen. Der von dem indischen Handelskonzern VGL Global betriebene Sender erreicht dadurch rund 13 Millionen Haushalte.

ShopLC hatte am 1. Juli 2021 sein deutsches Programm gestartet und erreicht via Kabel, Satellit und DVB-T2 insgesamt mehr als 35 Millionen Haushalte im deutschsprachigen Raum. In Großbritannien betreibt VGL bereits seit 17 Jahren TJC The Jewellery Channel, in Nordamerika ist das Unternehmen mit

ShopLC USA vertreten.

Lokal-TV-Portal startet auf Amazon Fire TV, Android TV und LG Smart TVs

Das Lokal-TV-Portal, das den einfachen Zugriff auf bis zu 72 Livestreams von Lokal-TV-Programmen und Offenen Kanälen in Deutschland ermöglicht, ist ab sofort auch als App im Amazon Appstore, bei Google Play und im LG Content Store verfügbar. Damit vergrößert sich die Reichweite des Lokal-TV-Portals auf TV-Geräten mit Amazon Fire TV und Android TV sowie von LG, wie die Bayerische Medien Technik GmbH (bmt) in München mitteilte. Der Start im Panasonic Apps Market erfolge in Kürze. Für TV-Geräte von Samsung ab Baujahr 2018 ist das Angebot bereits seit Mai 2022 im Samsung Smart Hub verfügbar.

Neben der HbbTV-Variante, die seit zehn Jahren über Satellit mit am Internet angeschlossenen TV-Geräten empfangbar ist, ermöglichen die neuen Apps auch Haushalten ohne klassischen TV-Anschluss den Zugriff auf die Livestreams von Lokal-TV-Programmen und Offenen Kanälen.

Das [Lokal-TV-Portal](#) ist eine Initiative der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien. Zugunsten der Lokal-TV-Sender und Offenen Kanäle in ihren Bundesländern nehmen darüber hinaus auch die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg, die Medienanstalt Berlin-Brandenburg, die Medienanstalt Rheinland-Pfalz, die Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien, die Medienanstalt Sachsen-Anhalt und die Thüringer Landesmedienanstalt am Portal teil.

„Immer mehr Menschen verbinden ihren Fernseher mit dem Internet und schauen ihr Programm auf einem Smart-TV oder streamen ausschließlich über einen TV-Stick. Mit den neuen Apps schließen wir relevante Lücken bei diesen Geräten und vergrößern so die Reichweite des Lokal-TV-Portals. Zugleich bietet die Marke „Lokal-TV-Portal“ auch eine Orientierung bei der Auffindbarkeit von lokalen Inhalten in der Angebotsvielfalt von Benutzeroberflächen“, sagte bmt-Geschäftsführer Frank Strässle.

Zu finden ist das kostenfreie Angebot in den jeweiligen App-Stores unter dem Suchbegriff „Lokal-TV Portal“ und erkennbar am Lokal-TV-Logo. Nach der Installation durch die Nutzer erscheint das Portal unter den installierten Apps des Smart-TV-Geräte bzw. TV-Sticks. Bei TV-Geräten von LG ist das Lokal-TV-Portal bereits vorinstalliert.

Die Auswahl der Live-Streams erfolgt über die Wappen der Bundesländer und die Logos der Lokal-TV-Anbieter. Die Senderinformationen beschreiben die ausgewählten Programme und die Sendegebiete. Bei TV-Sendern, bei denen die bmt für die Mediatheken technisch verantwortlich zeichnet, ist der Start der Abrufangebote direkt aus der Lokal-TV-App möglich. Mit dem Ausschalten des TV-Gerätes „merkt“ sich die Lokal-TV-Portal-App den zuletzt ausgewählten Sender und startet mit diesem beim Einschalten.

RTL will in Consumer-Tech-Unternehmen investieren

RTL Deutschland gründet mit RTL Ventures eine neue Einheit für Investitionen in Consumer-Tech-Unternehmen. Ziel ist es, ein Portfolio aus innovativen Unternehmen in Europa aufzubauen, für die der deutschsprachige Markt ein relevantes Wachstumspotential bietet und die langfristig die Marktführerschaft in ihrer Kategorie anstreben. Dafür stehen dem Investmentteam „erhebliche Mittel aus Cash und Media“ zu Verfügung. Konkrete Angaben wurden nicht gemacht.

RTL Ventures bietet ihren Portfoliounternehmen Zugang zu Medienmarken wie RTL, VOX, n-tv, „Stern“ oder „Gala“ in den unterschiedlichen Medien Fernsehen, Addressable TV, Digital und Print. Der Schlüssel sind die großen Reichweiten in unterschiedlichen Zielgruppen, die in der Wachstumsphase der Portfoliounternehmen im Marketing-Mix bei Markenaufbau und Skalierung unterstützen.

Die Investments werden von einem eigenen Team um Beate Koch verantwortet. Die Verantwortung für die Medialeistung und Mediaberatung für die Investments liegt bei Ute Henzgen und ihrem Unit-3-Team. Urs Cete, Managing Partner des Bertelsmann Investment Fonds BDMI, wird dabei dem Investmentausschuss RTL Ventures angehören und mit dem Investmentteam zusammenarbeiten.

„Mit RTL Ventures können wir zu einem idealen Zeitpunkt im Markt ein neues Portfolio aufbauen. Wir investieren renditeorientiert, unabhängig sowie partnerschaftlich und sind für unsere Gründer immer erreichbar. Ich freue mich sehr, dass wir durch die Zusammenarbeit mit Urs Cete und seinem Team von BDMI profitieren werden. Wir haben schnell viel vor“, sagte Koch.

ZDF und BBC verlängern strategische Partnerschaft

Das ZDF hat seine strategische Partnerschaft mit den BBC Studios, der Produktions- und Distributionstochter der BBC, verlängert. Bereits mit dem Abkommen aus dem Jahr 2019 wurde die Zusammenarbeit der beiden öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten deutlich intensiviert. Im fiktionalen wie auch im non-fiktionalen Bereich wurden seitdem in enger Zusammenarbeit Stoffe entwickelt und Projekte realisiert.

„Wir blicken auf eine äußerst fruchtbare Kooperation mit der BBC zurück. Seit 2019 arbeiten wir gemeinsam an hochwertigen und außergewöhnlichen Produktionen, die das ZDF-Programm bereichern und die Zuschauer begeistern. Wir freuen uns, diese Kooperation auch in Zukunft fortführen und weiter ausbauen zu können“, sagte ZDF-Programmdirektorin Nadine Bilke.

Nick Percy, Präsident Global Markets bei BBC Studios, erklärte: „Die strategische Partnerschaft zwischen den BBC Studios und dem ZDF hat in den letzten Jahren bemerkenswerte Erfolge erzielt. Preisgekrönte Titel wie 'Frozen Planet II' und neue Drehbuchproduktionen wie 'The Chelsea Detective' waren nur dank

dieser frühen Unterstützung möglich. Die Vertragsverlängerung ist nicht nur ein Gewinn für die Zuschauer in Großbritannien und Deutschland, sondern auch international, denn Partnerschaften wie diese, mit gemeinsamen redaktionellen Werten, ermöglichen es uns, anspruchsvollere und qualitativ hochwertige Programme zu produzieren.“

In den kommenden Jahren wollen das ZDF und BBC Studios partnerschaftlich weitere Dokumentationen umsetzen, darunter „Mammals“ und „Asia“. Zudem sieht das Abkommen jetzt auch für ZDFinfo ein Erstzugriffsrecht auf Lizenzprogramme und Presales sowie gemeinsame Koproduktionen vor.

Im fiktionalen Bereich wird ein Fokus auf Koproduktionen gelegt, darunter beispielsweise die Krimiserie „The Chelsea Detective“. Zudem soll ein Ausbau von Event-Formaten erfolgen. Im Rahmen einer Lizenzvereinbarung können ZDF und ZDFneo BBC-Titel wie „Make Me Famous“, „Death in Paradise“, „This is going to Hurt“ und „Mood“ auf dem deutschsprachigen TV-Markt und in der ZDFmediathek anbieten.

LABcom GmbH

Steinritsch 2
55270 Klein-Winternheim

Telefon: +49 (0) 6136-996910

E-Mail: newsletter@medialabcom.de

Partner:

Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation

Herausgeber: Heinz-Peter Labonte (V.i.S.d.P.)

Redaktion: Marc Hankmann (Leitung), Dr. Jörn Krieger

MediaLABcom ist ein Angebot der LABcom GmbH



[Neuer Leser werden](#)

[abmelden](#)

[Archiv](#)